

8 観光空間を文化論的に理解する

「現代の地理学」第8週

観光・空間・文化 (1)

- ▶ 観光とは
 - ▶ 他の国や地方の風景・史跡・風物などを見物すること
 - ▶ 語源は易経の、「国の光を観る。用て王に賣たるに利し」
- ▶ 空間的現象
 - ▶ 出発地の空間から目的地の異なる空間への移動を行う現象
 - ▶ 国境を越えた旅行者数→経済発展・グローバル化
 - ▶ 1980年:年間3億人を超える
 - ▶ 1990年:6億人を超える
 - ▶ 2015年:12億人
 - ▶ 2020年:推定15億人
 - ▶ 起源?
 - ▶ 中世のキリスト教巡礼
 - ▶ 地理的発見の時代(大航海時代):15-17世紀
 - ▶ マス・ツーリズム(大衆観光)→19世紀の鉄道・船舶・印刷の発達

▶ 2

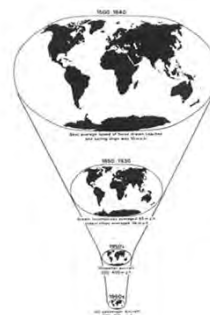
観光・空間・文化 (2)

- ▶ 文化論的視座からの研究
 - ▶ 伝統的な文化概念=ある集団に特有の観念や行為のパターン、人間の考えや行動を形づくる鋳型
 - ▶ 文化論的転回(1990年代)以降
 - ▶ 文化は社会的に構築されたもの
 - 「自然」「普遍」ではない
 - ▶ 文化の表象には政治性がある
 - 何(誰)かの意図で「文化」とされる
 - ▶ 文化は場所を差異化し、経済的性質を持つ
 - 経済的価値に転化でき、商品化される
 - ▶ グローバル化という空間の変容が大きく影響している
 - 時空間の圧縮→交通・通信手段の発達

▶ 3

観光空間の誕生と拡大 (1)

- ▶ 観光空間の誕生
 - ▶ イギリスの産業革命で誕生
 - ▶ 工業化(工場時間決め労働)→余暇時間
 - ▶ 飲酒社会問題化→健全な活動
 - ▶ 集団での観光推奨
 - ▶ 鉄道網整備→海浜リゾート
- ▶ 観光空間の拡大
 - ▶ 資本主義社会における空間の変容
 - ▶ 鉄道・運輸・通信技術の発達→空間的な障壁が減衰
 - ▶ 帝国主義(対外的投資・貿易拡大)の進展
 - 世界的交通網の整備、異国への憧れ



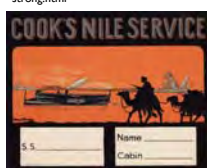
▶ 4



<http://www.victorianweb.org/history/education/strong.html>



<http://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/europe/uk/3526201/Travels-in-Thomas-Cook-Country.html>



<http://grandhotelsegypt.com/?p=1639>



<http://www.elcorreo.com/vizcaya/ocio/201401/09/relatos-ferroviarios-cook.html>

▶ 5

観光空間の誕生と拡大 (2)

- ▶ 鉄道がつくりだした観光空間とゲスト
 - ▶ 物的に作り出された鉄道沿線の観光空間を移動するゲストも拡大
 - ▶ 1970年代日本
 - ▶ 国鉄(現JRグループ)による「ディスカバージャパン」キャンペーン
 - ▶ 1970年(万国博覧会開催=高度経済成長のピーク)開始
 - ▶ 鉄道を利用した個人(女性)旅行者の増大を目指す→それまでの主流は団体旅行
- ▶ 均質化する社会の中で差異を求め文化を強調する時代へ

▶ 6



▶ 7

https://www.youtube.com/watch?v=LmV6cTbe_0

観光空間の魅力と他所イメージ (1)

- ▶ アメリカの歴史学者 ダニエル・ブーアスティン
 - ▶ 『幻影(イメージ)の時代—マスコミが製造する事実』第3章
- ▶ 観光客≡鳥の観察者
 - ▶ 鳥の観察を趣味としている人は、最もよく観察される鳥はふつうの鳥であって、めずらしい鳥は本当に稀にしか観察できないというわかりきった事実を受け入れることがいかにむずかしいかをよく知っている
 - ▶ 観光地ではわれわれの日常生活にあまりかわらない「普通の姿」を目にする→観光の対象にならない
 - ▶ われわれの日常から大きくかけ離れた「めずらしいもの」=観光の対象→観光客の観光地への「**とほもない期待**」

▶ 8

観光空間の魅力と他所イメージ (2)

▶ 観光地のアトラクションへの期待

- ▶ 一生かかってやるような冒険を2週間でやる
- ▶ 生命の危険を冒して味わえるスリルを危険を冒さないで味わう
- ▶ エキゾチックなものは注文通りに作れる
- ▶ **観光旅行を買った人は楽しくて面白いことが自分に起こるよう誰かが準備してくれると期待**



▶ 9



ジュラシックワールド(ユニバーサル映画、2015年)

▶ 10

観光空間の魅力と他所イメージ (3)

- ▶ ステレオタイプ化される観光イメージ
- ▶ 紋切り型でステレオタイプ化された京都←→京都の住民が生活する日常


http://kaiwai.city.kyoto.jp/search/view_sight.php?ManageCode=1000047&InforKindCode=1

▶ 11



清水の産寧坂
(期待される非日常の景観)



上京区のある交差点
(期待されない日常の景観)

▶ 12

観光空間の魅力と他所イメージ (4)

- ▶ 疑似イベント(ブーアスティン)
 - ▶ 観光客用のアトラクションは、それが**疑似イベント**である時、最もその目的をよく果たす。思いのままに繰り返すためには**人工のもの**でなければならない。
 - ▶ 非日常で**演出されたもの**が観光の対象として商品化
 - ▶ 観光のホスト側もこうした観光の仕組みを理解
 - ▶ 観光にふさわしい演出や工夫がなされていなければ**大量生産・大量消費される観光商品**とはなりにくい
 - ▶ パッチワーク的演出→ゲストとホストの「共犯的」関係

▶ 13

観光空間の魅力と他所イメージ (5)

- ▶ 京都市『産寧坂伝統的建造物群保存地区保存計画』
 - ▶ 伝統的建造物については、主としてその外観を維持するため、別表に定める基準により修理を実施する。ただし、基準に規定のないものについては、その建造物固有の様式に従い修理を実施する。
 - ▶ <http://www.city.kyoto.lg.jp/tokuei/page/0000015482.html>



▶ 14

観光空間の魅力と他所イメージ (6)



http://www.maisendo.co.jp/shop/sakuraba/sannenzaka_index.html



▶ 15

観光空間と権力 (1)

- ▶ 心象地理とポジショナリティ
 - ▶ 心象地理(サイド)＝「自分たちの」空間と、なじみのない「彼ら」の空間とを心のなかで名付け区別することによって生じる
 - ▶ まなざして支配する主体としての西洋、見られて従属する他者としての東洋のように、権力の道具として二項対立的に生み出される
- ▶ 他所の心象地理
 - ▶ 観光客などの消費者の支配欲やファンタジーを表す



ヨーロッパの探検者が見たブラジルの先住民(1505)

▶ 16

観光空間と権力 (2)

- ▶ 林学者田村剛の心象地理
 - ▶ 戦前の国立公園候補地選定の中心人物
 - ▶ 1928年から台湾訪問
 - ▶ 1934年「観光地としての台湾」
 - ▶ 「常夏の島」
 - ▶ 「異国なる環境に抱かれ...無上の愉悦」
 - ▶ 「内地人に対して...全くエキゾチックなる島」
 - ▶ 台湾在住民は「心神共にややもすれば遅緩して生氣と活氣とを失ひ勝ち」→熱帯環境は人間に悪影響(環境決定論)
 - ▶ 読解者(評価判断する権力を持つもの)の立ち位置
 - ▶ 他所を自らの欲望を満たす場所として理想化
 - ▶ 低位の地として見下す

▶ 17

観光空間における対立と矛盾 (1)

- ▶ 1970年代のマスツーリズム
 - ▶ 観光空間における住民や自然と観光客の対立
 - ▶ 与論島
 - ▶ 日本のハワイ・グアム
 - ▶ ほぼ半数が学生、OLを中心とする女性が多い
 - ▶ 「自由」と「恋愛」＝異国での解放感
 - ▶ 観光客による盗難、物価高騰、水不足、ゴミ、島民の心の退廃
 - ▶ プームが過ぎれば衰退



<http://hi-bitmag.com/en/2014/05/27/4980>

▶ 18

観光空間における対立と矛盾 (2)

- ▶ 与論島の新しいイメージの創出
 - ▶ 2007年9月公開の『めがね』
 - ▶ 都会から南の島にやってきた女性
 - ▶ 小さな宿で人々と交流
 - ▶ 「たそがれる」ことを通じて「自由」を取り戻す
 - ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=CGYd4TbO3Kl>
 - ▶ 懂れて都市部から一人旅の若い女性が訪問
- ▶ 「たそがれる」は「観光」と対立



▶ 19



▶ 20

観光空間の生産 (1)

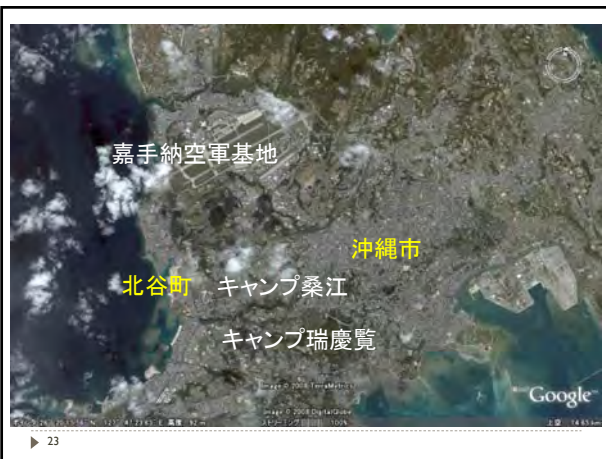
- ▶ 沖縄県北谷町の事例
- ▶ 「アメリカンビレッジ」の建設
 - ▶ 1998年～2004年
 - ▶ アメリカのイメージ(ローカル、ナショナル)を転用
 - ▶ 「アメリカ」(陽気で開放的)の空間化
 - ▶ 米軍基地跡地開発の成功例 ← 場所性(歴史から断絶)

▶ 21

沖縄県内の米軍基地・施設



▶ 22

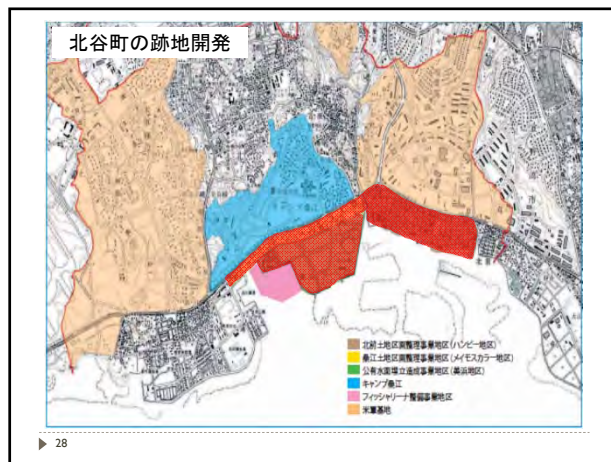


▶ 23



沖縄戦末期の沖縄(1945年)

▶ 24



美浜タウンリゾート
アメリカンビレッジ



▶ 31

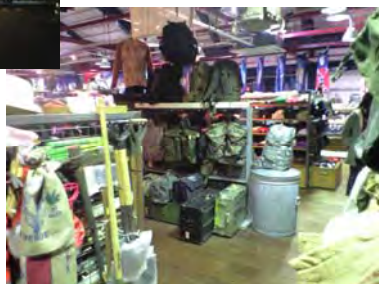


<https://www.youtube.com/watch?v=2-H3MrXjUuw>

▶ 32



沖縄アメリカ屋
ウェアハウス店(閉店)



▶ 33

「カラハイ」でのライブ



▶ 34

観光空間の生産 (2)

▶ 観光地理学の新しいアプローチ

- ▶ 観光地を**生産された空間**とみる
- ▶ ゲストの「とほうもない」期待にホストがどう応えるか
- ▶ ホストはゲストをどう惹きつけ、どう消費させるか
- ▶ 「アメリカンビレッジ」の場合
 - ▶ 本土からの観光ツアーコースにはいる
 - ▶ ゼロから作られた人為的空間
 - ▶ 沖縄の**イメージを選択的に表象・空間化**
 - ▶ アメリカらしさ、沖縄らしさを**疑似イベント**として体験
 - ▶ 本当にその場所で何が起こったか→歴史性隠す

▶ 35